

Pengaruh Produk, Promosi, Dan Kualitas Terhadap Keputusan Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang

Faisal Umardani Hasibuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa

Alamat: Jalan Meurandeh, Meurandeh, Kec. Langsa Lama, Kota Langsa, Aceh 24411

Telepon: (0641) 23129

e-mail : faisal.hasibuan@iainlangsa.ac.id

Abstract.

The purpose of this study was to determine the effect of product, promotion and service quality on the decision to become a customer at Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. The type of research used in this study is quantitative. The data collection technique used is a questionnaire. The population in this study were all customers at Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kuala Simpang, which at the end of 2019 totaled 1242 customers, while the sample in this study totaled 93 people. Data analysis techniques using the classical assumption test, multiple linear regression test, hypothesis testing and coefficient of determination test. The results of the study show that the product influences the decision to become a customer at Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. This is evidenced by the sig value of the product variable, namely $0.006 < 0.05$ (significance level) and the t-count value of $3.932 > 1.9869$ (t-table). Promotion influences the decision to become a customer at Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. This is evidenced by the sig value of the promotion variable, which is $0.019 < 0.05$ (significance level) and the t-count value is $2.531 > 1.9869$ (t-table). Service quality influences the decision to become a customer at Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. This is evidenced by the sig value of the service quality variable, which is $0.025 < 0.05$ (significance level) and the t-count value is $2.145 > 1.9869$ (t-table). Products, promotions and service quality simultaneously influence the decision to become a customer at Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. This is proven based on the results of the F test obtained a sig value of $0.000 < 0.05$ (significant level α) and F count of 7.814 and it is known that $df1 = k-1 = 4-1 = 3$ and $df2 = N-k = 93-4 = 89$ (F table = 2.71). So that F count > F table ($7.814 > 2.71$).

Keywords: Product, Promotion and Service Quality, Decision to become a customer and Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang

Abstrak.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kuala Simpang yang pada akhir tahun 2019 berjumlah 1242 nasabah, sedangkan sampel pada penelitian ini berjumlah 93 orang. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Hal ini dibuktikan berdasarkan nilai sig variabel produk yakni $0.006 < 0.05$ (tingkat signifikansi) dan nilai t hitung $3,932 > 1,9869$ (t tabel). Promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Hal ini dibuktikan berdasarkan nilai sig dari variabel promosi yakni $0.019 < 0.05$ (tingkat signifikansi) dan nilai t hitung $2,531 > 1,9869$ (t tabel). Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Hal ini dibuktikan berdasarkan nilai sig dari variabel kualitas pelayanan yakni $0.025 < 0.05$ (tingkat signifikansi) dan nilai t hitung $2,145 > 1,9869$ (t tabel). Produk, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai sig sebesar $0.000 < 0,05$ (tingkat signifikan α) dan F hitung sebesar 7,814 serta diketahui $df1 = k-1 = 4-1 = 3$ dan $df2 = N-k = 93-4 = 89$ (F tabel = 2,71). Sehingga F hitung > F tabel ($7,814 > 2,71$).

Kata kunci: Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan, Keputusan menjadi nasabah dan Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang.

LATAR BELAKANG

Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam yang mana operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan landasan Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. (Sari, 2018:56) Prinsip tersebut menyangkut aturan dasar atau aturan pokok berdasarkan hukum Islam. Prinsip ini menjadi landasan aturan muamalat yang mengatur hubungan antara bank dan pihak lain dalam rangka menghimpun dan penyaluran dana serta kegiatan perbankan syariah lainnya.

Bank Syariah Indonesia (BSI) resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (*merger*) tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT. Bank BRISyariah (BRIS), PT Bank SyariahMandiri (BSM) dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Bank Syariah Indonesia merupakan perusahaan perbankan pengelola Bank Syariah Indonesia yang mempunyai kantor di berbagai wilayah Indonesia, baik itu dalam lingkup provinsi, kota maupun kabupaten agar lebih dekat serta bisa memberikan layanan terbaik kepada para nasabah di dunia perbankan di berbagai lokasi, termasuk juga nasabah yang ada di Aceh Kab. Aceh Tamiang yang bisa datang ke lokasi kantor cabang atau ATM terdekat yaitu alamat Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang di Jl. Cut Nyak Dien No 3-4, Desa Kota Lintang Kab. Aceh Tamiang. Oleh karena itu hal yang paling diutamakan dari suatu perusahaan jasa dalam menawarkan layanan/jasanya kepada konsumen ialah produk, promosi dan kualitas pelayanan.

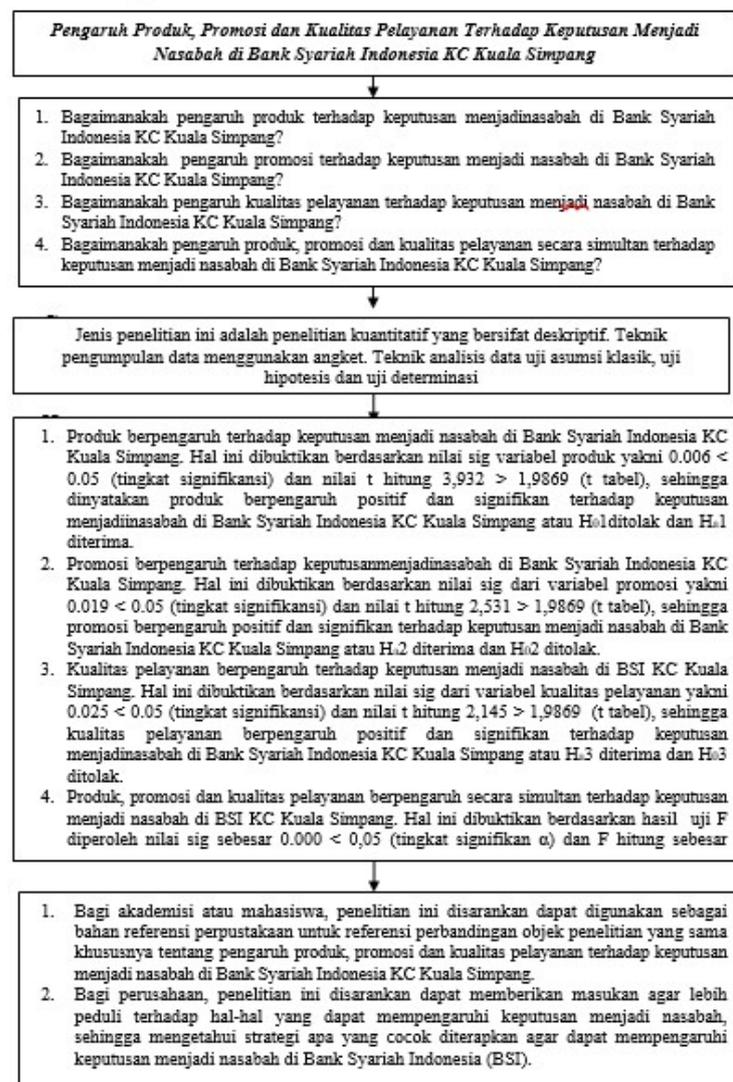
Produk merupakan suatu pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta dicari, dibeli dan digunakan dan dikonsumsi oleh konsumen. Seharusnya ragam produk-produk yang ditawarkan pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) seperti tabungan *wadi'ah* dan *mudharabah*, deposito serta giro akan menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk memilih keputusan menjadi nasabah BSI. Namun nyatanya tidak selalu demikian, ragam produk yang disediakan pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak selalu menjadi pilihan oleh masyarakat Kota Kuala Simpang. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muliadi yang menyatakan bahwa Beliau lebih memilih menjadi nasabah di Bank lain dibandingkan dengan di BSI, meskipun produk-produk yang ditawarkan cukup menarik, namun Bapak Muliadi enggan untuk menjadi nasabah di BSI, karena sudah cukup nyaman menjadi nasabah di Bank konvensional lain. Selain produk, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan menjadi nasabah ialah faktor promosi.

Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual. (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:120). Seharusnya promosi yang gencar dilakukan oleh pihak BSI seperti mendiakan brosur, iklan di media sosial dan juga melakukan sosialisasi kepada masyarakat akan mempengaruhi masyarakat memilih keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI). Namun nyatanya tidak selalu demikian, banyaknya promosi juga tidak mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah BSI. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rina yang menyatakan bahwa beliau tidak tertarik dengan promosi-promosi yang ditawarkan oleh pihak BSI. Ibu Rina juga menyatakan bahwa Ia sudah menjadi nasabah di bank lain dan tidak ingin berpindah ke BSI, karena menganggap promosi dari ragam produk yang ditawarkan dengan bank lainnya cenderung hampir sama.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah ialah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat memberikan suatu dorongan yang kuat, pada pelanggan untuk membentuk suatu hubungan yang baik dengan badan usaha. Seharusnya kualitas pelayanan dari karyawan BSI seperti selalu bersikap sopan santun, ramah dan melayani nasabah dengan sepenuh hati menjadi salah satu faktor yang juga dapat menjadikan daya tarik bagi masyarakat untuk menjadi nasabah di BSI. Namun nyatanya tidak selalu demikian, berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ayu, beliau menyatakan bahwa produk-produk yang ditawarkan di BSI memang cukup menarik, namun kualitas pelayanan dari karyawan BSI dianggap kurang memadai, hal ini terlihat pada antrian yang panjang, karyawan seperti teller sering hanya satu yang bekerja sedangkan nasabah lainnya lama menunggu dan lain sebagainya.

KAJIAN TEORITIS

Kerangka teori



Hipotesis Penelitian

Hipotesis ini dimaksudkan untuk memberi arah bagi analisis penelitian diantaranya adalah :

- Ha₁: Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang
- H₀₁: Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang
- Ha₂: Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang
- H₀₂: Promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang
- Ha₃: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang
- H₀₃: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang
- Ha₄: Produk, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang
- H₀₄: Produk, promosi dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berdasarkan data-data yang bersifat angka-angka statistik yang dapat dikuantifikasi yang digunakan untuk meneliti objek, populasi/sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti dalam suatu penelitian. (Arikunto,2010:130) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga merupakan sekumpulan objek yang lengkap dan jelas.(Sudjana,2011:93) Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kuala Simpang pada bulan November tahun 2022 berjumlah 1242 nasabah.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya ingin diduga dan dianggap mewakili populasi.(Akmaltarigan, 2013:76)Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Soulvini*.

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

- N : Jumlah populasi
 d^2 : Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 90%)
 1 : Bilangan konstan

Diketahui jumlah populasi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Kuala simpang adalah 1242 orang dan presisi yang ditetapkan sebesar = 10%, maka jumlah sampelnya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} \\ &= \frac{1242}{(1242) \cdot 0,1^2 + 1} \\ &= \frac{1242}{(1242) \cdot (0,01) + 1} \\ &= \frac{1242}{13,42} \\ &= 92,54 \end{aligned}$$

Jadi, jumlah sampel nasabah BSI KC Kuala Simpang adalah 93 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Untuk mengungkapkan data tentang suasana toko dan lokasi yang termasuk dalam sampel penelitian. Maka, penelitian ini bentuk berkuisioner yang digunakan adalah angket tertutup (angket berstruktur) yaitu angket yang disajikan oleh peneliti dalam bentuk pilihan jawaban sehingga responden meminta untuk memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka teknik analisis data yang digunakan bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara komponen Produk (X_1), Promosi (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y).

Uji Asumsi Klasik

Adapun uji asumsi klasik dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah data yang digunakan telah memenuhi syarat ketentuan model regresi. Pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresivariabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya. Adapun ketentuannya dikatakan normal jika titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal. Dalam penelitian ini dapat juga dilakukan dengan Uji *Kolmogrov-Smirnov Test* yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residu memiliki distribusi normal/tidak. Pedomannya jika nilai Sig. < 0,05 maka data tidak

berdistribusi normal dan sebaliknya Sig.>0,05 maka data berdistribusi normal. (Juliandi dan Irfan,2013:169)

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Cara Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinieritas terjadi jika nilai *tolerance* >0.1 dan nilai VIF < 10. Jika nilai VIF dibawah 10 (VIF<10) berarti tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai VIF diatas 10 (VIF>10) atau nilai *tolerance* < 0,10 maka telah terjadi multikolinieritas. (Ghozali,2007:91)

Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika varians residualnya dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID. Jika *scatterplot* membentuk pola tertentu hal ini menunjukkan adanya masalah heterokedastisitas pada model regresi yang dibentuk. Sedangkan jika *scatterplot* menyebar secara acak maka hal itu menunjukkan tidak terjadinya masalah heterokedastisitas pada model regresi yang dibentuk.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu dalam periode ke t dengan kesalahan pada periode ke t (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada *problem autokorelasi*. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu caranya dengan melihat nilai *Durbin-Watson* (DW). Jika nilai DW dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif. Jika nilai DW diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi. Jika nilai DW diatas +2 maka ada autokorelasi negatif. (Umar, 2008:144)

Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai linear atau tidak. Dengan ketentuan jika koefisien signifikansi > 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda merupakan sebuah teknik yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari satu/dua variabel bebas dan variabel terikat serta bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen, baik secara simultan maupun parsial. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan perhitungan software SPSS, dengan rumus: (Santoso, 2000:212)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan menjadi nasabah (Variabel Terikat)

X_1	= Produk (Variabel Bebas)
X_2	= Promosi (Variabel Bebas)
X_3	= Kualitas Pelayanan (Variabel Bebas)
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefisien Regresi
et	= Error Term

Uji Hipotesis

Selanjutnya hasil dari persamaan regresi diinterpretasikan untuk mengetahui seberapa besar perubahan yang terjadi jika terjadi perubahan terhadap variabel terikat.

Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individu (parsial) dalam menerangkan variasi variabel dependen. Proses pengambilan kesimpulan adalah dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α (5%). Dimana hipotesis yang digunakan sebagai berikut: (Wiratma dan Endrayanto, 2012:93) Nilai keputusan berdasarkan nilai probabilitas:

Pengambilan keputusan berdasarkan nilai t_{hitung} :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima (signifikan).
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a ditolak (tidak signifikan).

Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F digunakan pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria dari uji ini dengan cara melihat nilai sig. Jika nilai sig $< 0,05$ maka variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Dalam hipotesis yang digunakan sebagai berikut, dimana kriterianya:

Pengambilan keputusan berdasarkan nilai F_{hitung} :

1. Jika $F_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima (signifikan).
2. Jika $F_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a ditolak (tidak signifikan).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1. Jika hasil lebih mendekati angka 0 maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Bagian ini memuat rancangan penelitian meliputi disain penelitian, populasi/ sampel penelitian, teknik dan instrumen pengumpulan data, alat analisis data, dan model penelitian yang digunakan. Metode yang sudah umum tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup merujuk ke referensi acuan (misalnya: rumus uji-F, uji-t, dll). Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup dengan mengungkapkan hasil pengujian dan interpretasinya. Keterangan simbol pada model dituliskan dalam kalimat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan dan pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak valid. Dengan ketentuan jika koefisien korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir-butir penelitian ini dikatakan valid. Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh hasil pada tabel di bawah ini:

Tabel
Hasil Uji Validitas

No. Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
Produk (X₁)			
Produk 1.1	0,617	0,2039	Valid
Produk 1.2	0,550	0,2039	Valid
Produk 1.3	0,517	0,2039	Valid
Produk 1.4	0,480	0,2039	Valid
Produk 1.5	0,244	0,2039	Valid
Produk 1.6	0,382	0,2039	Valid
Produk 1.7	0,412	0,2039	Valid
Produk 1.8	0,405	0,2039	Valid

Promosi (X₂)			
Promosi 2.1	0,466	0,2039	Valid
Promosi 2.2	0,499	0,2039	Valid
Promosi 2.3	0,742	0,2039	Valid
Promosi 2.4	0,442	0,2039	Valid

Kualitas Pelayanan (X₃)			
Kualitas Pelayanan 3.1	0,428	0,2039	Valid
Kualitas Pelayanan 3.2	0,437	0,2039	Valid
Kualitas Pelayanan 3.3	0,564	0,2039	Valid
Kualitas Pelayanan 3.4	0,625	0,2039	Valid
Kualitas Pelayanan 3.5	0,514	0,2039	Valid

Keputusan menjadi Nasabah (Y)			
Keputusan menjadi Nasabah 1.1	0,492	0,2039	Valid
Keputusan menjadi Nasabah 1.2	0,490	0,2039	Valid
Keputusan menjadi Nasabah 1.3	0,683	0,2039	Valid
Keputusan menjadi Nasabah 1.4	0,494	0,2039	Valid

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi seluruhnya mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{tabel} = 0,2039$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan dan pernyataan pada instrumen tentang produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur penelitian.

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel/handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan ketentuan jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$, maka suatu variabel dikatakan reliabel.

Tabel
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Batas Keandalan	Keterangan
Produk (X ₁)	0,656	0,60	Reliabel
Promosi (X ₂)	0,627	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₃)	0,670	0,60	Reliabel
Keputusan menjadi Nasabah (Y)	0,708	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa semua item (pertanyaan/soal) yang terdapat dalam kuesioner tentang variabel produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah reliabel/handal, karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

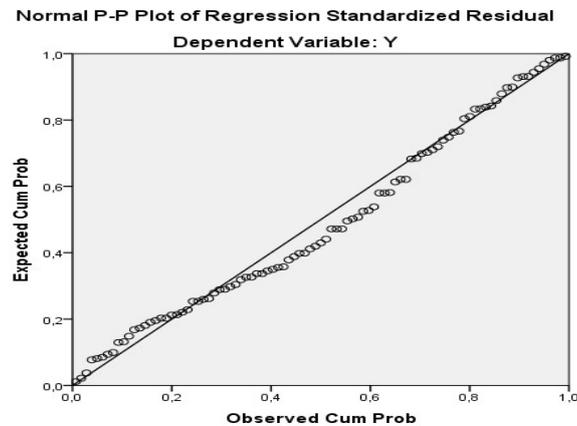
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Pada prinsipnya normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya. Dalam penelitian ini dapat juga dilakukan dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov*, *Test metode normal probability plots*, dan metode histogram yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residu memiliki distribusi normal/tidak. Pedomannya jika nilai $\text{Sig.} < 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal dan sebaliknya $\text{Sig.} > 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Tabel
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,39169223
Most Extreme Differences	Absolute	,077
	Positive	,077
	Negative	-,046
Test Statistic		,077
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

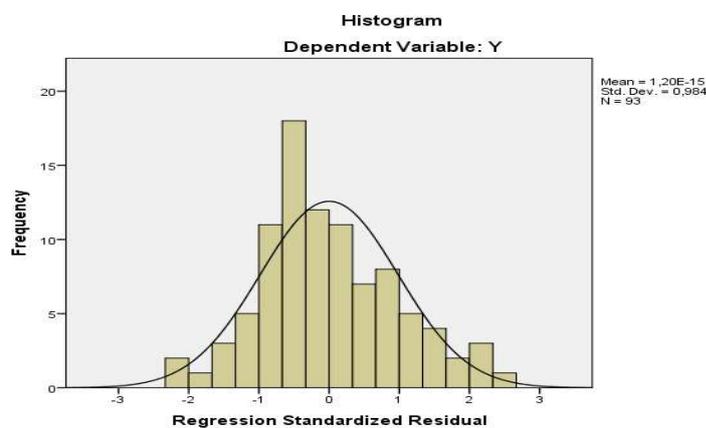
Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp.sig* (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov-Smirnov*, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau prasyarat normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi. Selain itu,

pengujian ini juga dapat dilakukan secara visual dengan menggunakan Normal P-Plot. Dengan ketentuan dalam normal p-plot yaitu suatu variabel dikatakan normal jika titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal.



Gambar
Uji Normal P-Plot

Berdasarkan gambar menunjukkan bahwa data dari setiap observasi berada dekat dengan garis linear atau dapat dikatakan bahwa pola dari data mengikuti garis lurus regresi (diagonal). Maka dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal. Selain uji *kolmogorov-smirnov* dan uji normal p-plot, dalam pengujian normalitas juga menggunakan metode histogram.



Gambar 4.2
Uji Normalitas Histogram

Berdasarkan gambardi atas, bentuk histogram memberikan pola yang seimbang/memiliki pola yang simetris, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak untuk digunakan.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam penelitian. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai

tolerance dan VIF. Apabila nilai *tolerance* diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

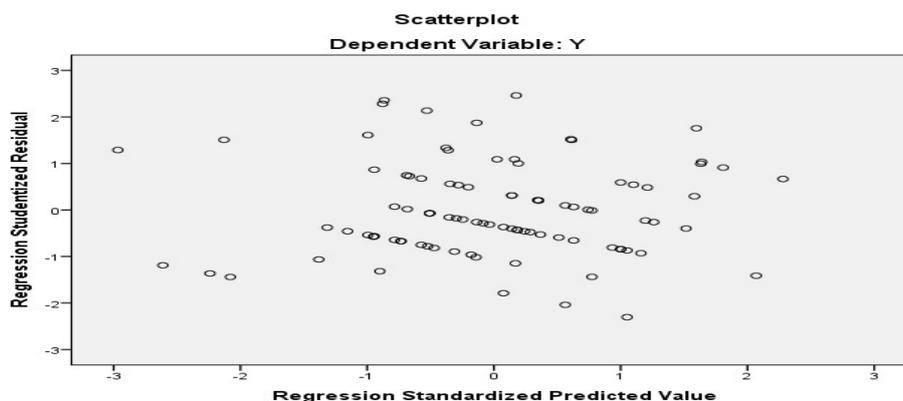
Tabel
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,979	2,297		2,603	,011		
X1	,151	,078	,229	3,932	,006	,636	1,573
X2	,198	,129	,196	2,531	,019	,543	1,843
X3	,115	,100	,127	2,145	,025	,722	1,386

Berdasarkan tabel pada bagian *Collinearity Statistics* diketahui nilai *Tolerance* untuk variabel produk (X_1) adalah 0,636 untuk variabel promosi (X_2) adalah 0,543 dan untuk variabel kualitas pelayanan (X_3) adalah 0,722. Maka diketahui nilai *tolerance* dari ketiga variabel lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF pada variabel produk (X_1) adalah 1,573 nilai VIF dari variabel promosi (X_2) adalah 1,843 dan nilai VIF dari variabel kualitas pelayanan adalah 1,386. Karena nilai *tolerance* dari ketiga variabel penelitian $> 0,10$ dan nilai VIF dari ketiga variabel penelitian $< 10,00$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Dalam hal ini, model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan metode *scatterplot*. Jika titik-titik pada grafik *scatterplot* tidak membentuk suatu pola tertentu, maka asumsi heteroskedastisitas terpenuhi. Berikut adalah hasil dari grafik *scatterplot*.



Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar dapat diketahui bahwa titik-titik dari data menyebar diatas, dibawah dan disekitar angka nol (0). Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit

dan melebar kembali dan penyebaran titik-titik data tidak berpola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data variabel produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai linear atau tidak. Dengan ketentuan jika koefisien signifikansi $> 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear.

**Tabel
Uji Linearitas
Produk (X1)**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Betwee n Groups	(Combined)	59,704	12	4,975	2,406	,010
		Linearity	34,996	1	34,996	16,925	,000
		Deviation from Linearity	24,709	11	2,246	1,086	,383
	Within Groups		165,414	80	2,068		
Total		225,118	92				

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) diperoleh nilai *Deviation from Linearity* variabel produk sebesar $0,383 > 0,05$.Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linier secara signifikan antara variabel produk (X_1) dengan variabel keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang (Y).

Promosi (X2)

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Betwee n Groups	(Combined)	50,286	6	8,381	4,123	,001
		Linearity	35,803	1	35,803	17,612	,000
		Deviation from Linearity	14,483	5	2,897	1,425	,223
	Within Groups		174,832	86	2,033		
Total		225,118	92				

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) diperoleh nilai *Deviation from Linearity* variabel promosi sebesar $0,223 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linier secara signifikan antara variabel promosi (X_2) dengan variabel keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang (Y).

Tabel
Kualitas Pelayanan (X3)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X3	Between Groups	48,837	8	6,105	2,909	,007
	Linearity	22,512	1	22,512	10,727	,002
	Deviation from Linearity	26,324	7	3,761	1,792	,100
Within Groups		176,282	84	2,099		
Total		225,118	92			

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) diperoleh nilai *Deviation from Linearity* variabel kualitas pelayanan sebesar 0,100 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linier secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X₃) dengan variabel keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang (Y).

Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu dalam periode ke t dengan kesalahan pada periode ke t (sebelumnya). (Umar, 2015:144) Adapun hasil uji Autokorelasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut;

Tabel
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,772 ^a	,595	,538	1,415	2,082

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson sebesar 2,082 nilai ini menggunakan taraf signifikansi 5% dengan jumlah sampel 93 (n) dan jumlah variabel independen tiga (k = 3). Maka tabel Durbin Watson diperoleh nilai sebagai berikut.

Tabel
Durbin Watson Test Bound

N	k = 3	
	Dl	dU
93	1,5966	1,7295

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dL sebesar 1,5966 dan dU sebesar 1,7295 maka jika $dU < \text{nilai Durbin Watson} < (4 - dU)$ $4 - 1,7295 = 2,2705$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif atau negatif dengan kriteria $dU < d < (4 - dU)$. Maka model regresi pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda merupakan sebuah teknik yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari satu/dua

variabel bebas dan variabel terikat serta bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen secara simultan.

Tabel
Uji Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,979	2,297		2,603	,011
X1	,151	,078	,229	3,932	,006
X2	,198	,129	,196	2,531	,019
X3	,115	,100	,127	2,145	,025

Berdasarkan tabel di atas memberikan informasi tentang persamaan regresi ada tidaknya pengaruh dari variabel produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Adapun rumus persamaan regresi dalam analisis penelitian ini adalah sebagai berikut;

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \text{ atau}$$

$$Y = 5,979 + 0,151X_1 + 0,198X_2 + 0,115X_3$$

1. $a = 5,979$

Nilai konstanta persamaan di atas sebesar 5,979 artinya jika variabel produk (X_1), promosi (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) bernilai 0, maka keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang akan dipengaruhi oleh variabel lain.

2. $b_1 = 0,151$

Variabel promosi memiliki nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,151. Hal ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Keadaan ini menggambarkan jika terjadi kenaikan tingkat karakteristik satu satuan, maka akan mempengaruhi keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang naik sebesar 0,151 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dianggap konstan.

$b_2 = 0,198$

Variabel promosi memiliki nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,198. Hal ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Keadaan ini menggambarkan jika terjadi kenaikan tingkat promosi satu satuan, maka akan mempengaruhi keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang naik sebesar 0,198 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dianggap konstan.

4. $b_3 = 0,115$

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,115. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Keadaan ini menggambarkan jika terjadi kenaikan tingkat kualitas pelayanan satu satuan, maka akan mempengaruhi keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang naik sebesar 0,115 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dianggap konstan.

Pengujian Hipotesis

Selanjutnya hasil dari persamaan regresi diinterpretasikan untuk mengetahui seberapa besar perubahan yang terjadi jika terjadi perubahan terhadap variabel terikat.

Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individu (parsial) dalam menerangkan variasi variabel dependen. Proses pengambilan kesimpulan adalah dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α (5%). Dimana hipotesis yang digunakan sebagai berikut: (Wiratma dan Poly Endrayanto,2012:93)

Pengambilan keputusan berdasarkan nilai t_{hitung} :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima (signifikan).
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a ditolak (tidak signifikan).

Tabel
Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,979	2,297		2,603	,011
X1	,151	,078	,229	3,932	,006
X2	,198	,129	,196	2,531	,019
X3	,115	,100	,127	2,145	,025

Berdasarkan tabel uji t di atas diketahui bahwa jumlah variabel pada penelitian ini adalah 4 yaitu produk, promosi, kualitas pelayanan dan keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang atau $K=4$, Sementara jumlah sampel atau $N= 93$, maka $(N - K) = (93 - 4 = 89)$. Angka ini dilihat dari distribusi nilai T tabel, maka diperoleh nilai T tabel adalah 1,9869.

1. Nilai sig dari variabel produk yakni $0.006 < 0.05$ (tingkat signifikansi), yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara produk dengan keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang adalah signifikan secara statistik. Sedangkan nilai t hitung $3,932 > 1,9869$ (t tabel), sehingga berpengaruh positif terhadap keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa pengaruh produk terhadap keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang bersifat positif dan signifikan atau H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.
2. Nilai sig dari variabel promosi yakni $0.019 < 0.05$ (tingkat signifikansi), yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara promosi dengan keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang adalah signifikan secara statistik. Sedangkan nilai t hitung $2,531 > 1,9869$ (t tabel), sehingga promosi berpengaruh positif terhadap keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan pengaruh pelayanan terhadap keputusan menajdi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang bersifat positif dan signifikan atau H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

3. Nilai sig dari variabel kualitas pelayanan yakni $0.025 < 0.05$ (tingkat signifikansi), yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara variabel kualitas pelayanan dengan keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang adalah signifikan secara statistik. Sedangkan nilai t hitung $2,145 > 1,9869$ (t tabel), sehingga kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang bersifat positif dan signifikan atau H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak.

Uji Simultan (Uji F)

Uji model bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yaitu Apabila nilai $sig < 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model regresi signifikan secara statistik dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak.

Tabel
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46,932	3	15,644	7,814	,000
	Residual	178,186	89	2,002		
	Total	225,118	92			

Berdasarkan hasil uji F di atas diperoleh nilai sig sebesar $0.000 < 0,05$ (tingkat signifikan α) dan F hitung sebesar 7,814 serta diketahui $df_1 = k-1 = 4-1 = 3$ dan $df_2 = N-k = 93-4 = 89$ (F tabel= 2,71). Sehingga F hitung $> F$ tabel ($7,814 > 2,71$) maka H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Jadi dapat disimpulkan bahwa produk, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yaitu nilai yang dapat mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,772 ^a	,595	,538	1,415

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil nilai dari *Adjusted R square* adalah sebesar 0,538. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang dipengaruhi cukup kuat oleh variabel produk (x_1), promosi (x_2) dan kualitas pelayanan (x_3) sebesar 53,8%, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 53,8\% = 46,2\%)$ dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh produk terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai sig dari variabel produk yakni $0.006 < 0.05$ (tingkat signifikansi), yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara produk dengan keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang adalah signifikan secara statistik. Sedangkan nilai t hitung $3,932 > 1,9869$ (t tabel), sehingga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa pengaruh produk terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang bersifat positif dan signifikan atau H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai sig dari variabel promosi yakni $0.019 < 0.05$ (tingkat signifikansi), yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara promosi dengan keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang adalah signifikan secara statistik. Sedangkan nilai t hitung $2,531 > 1,9869$ (t tabel), sehingga promosi berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan pengaruh pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang bersifat positif dan signifikan atau H_a diterima dan H_0 ditolak.

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai sig dari variabel kualitas pelayanan yakni $0.025 < 0.05$ (tingkat signifikansi), yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara variabel kualitas pelayanan dengan keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang adalah signifikan secara statistik. Sedangkan nilai t hitung $2,145 > 1,9869$ (t tabel), sehingga kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang bersifat positif dan signifikan atau H_a diterima dan H_0 ditolak.

4. Pengaruh produk, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa hasil uji F diperoleh nilai sig sebesar $0.000 < 0,05$ (tingkat signifikan α) dan F hitung sebesar 7,814 serta diketahui $df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan $df_2 = N - k = 93 - 4 = 89$ (F tabel = 2,71). Sehingga F hitung $>$ F tabel ($7,814 > 2,71$), maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Jadi dapat disimpulkan bahwa produk, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Hal ini dibuktikan berdasarkan nilai sig variabel produk yakni $0.006 < 0.05$ (tingkat signifikansi) dan nilai t hitung $3,932 > 1,9869$ (t tabel), sehingga dinyatakan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang atau H_01 ditolak dan H_{a1} diterima.
2. Promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Hal ini dibuktikan berdasarkan nilai sig dari variabel promosi yakni $0.019 < 0.05$ (tingkat signifikansi) dan nilai t hitung $2,531 > 1,9869$ (t tabel), sehingga promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang atau H_{a2} diterima dan H_02 ditolak.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Hal ini dibuktikan berdasarkan nilai sig dari variabel kualitas pelayanan yakni $0.025 < 0.05$ (tingkat signifikansi) dan nilai t hitung $2,145 > 1,9869$ (t tabel), sehingga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang atau H_{a3} diterima dan H_03 ditolak.
4. Produk, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai sig sebesar $0.000 < 0,05$ (tingkat signifikan α) dan F hitung sebesar 7,814 serta diketahui $df_1 = k-1 = 4-1 = 3$ dan $df_2 = N-k = 93-4 = 89$ (F tabel = 2,71). Sehingga F hitung $> F$ tabel ($7,814 > 2,71$), maka H_{a4} diterima dan H_04 ditolak.

Saran

1. Bagi akademisi atau mahasiswa, penelitian ini disarankan dapat digunakan sebagai bahan referensi perpustakaan untuk referensi perbandingan objek penelitian yang sama khususnya tentang pengaruh produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kuala Simpang.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini disarankan dapat memberikan masukan agar lebih peduli terhadap hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan menjadi nasabah, sehingga mengetahui strategi apa yang cocok diterapkan agar dapat mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI).

DAFTAR REFERENSI

- Akmaltarigan, Azhari et.al. 2013. *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi Ekonomi Islam*. Medan:Wal Ashri Publishing.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian, suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

- Juliandi, Azuar dan Irfan. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Bisnis*. Bandung: Cita Pustaka Media Perintis.
- Lupiyoadi, RambatdanA.Hamdani. 2006. *ManajemenPemasaranJasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari,Mutiara Dewi. 2018. *Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia: Suatu Tinjauan*. Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol.3, No.2
- Soeratno dan Lincoln Arsyed. 2008. *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sudjana. 2011. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratma dan Poly Endrayanto. 2012. *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Umar, Husein. 2008. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo.